

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Batu Night Spectacular atau biasa disebut BNS, tepatnya di Jl. Hayam Wuruk No. 1, Oro-oro Ombo, Kota Wisata Batu, Jawa Timur, 65316. Lokasi tersebut dipilih karena letaknya yang sangat strategis dan banyak dilalui para wisatawan karena lokasinya yang memang kawasan pariwisata.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *basic reasearch* di mana sasarannya adalah pada pengembangan ilmu atau bidang ilmu tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mencari jawaban baru atas suatu masalah tertentu. *Basic reasearch* sendiri dapat berguna untuk perusahaan di masa mendatang. Perusahaan dapat menggunakan hasil dari penelitian tersebut untuk memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi. (Ferdinand, 2014)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif sendiri digunakan untuk menemukan potensi dari suatu objek. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dalam metode ini menggunakan instrumen penelitian, analisa data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2017)

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari beberapa elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa dan menjadi pusat perhatian seorang peneliti (Ferdinand, 2014). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung destinasi wisata BNS.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili populasi secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel di mana mereka memiliki informasi dan memenuhi kriteria peneliti (Ferdinand, 2014). Di mana kriteria dari responden adalah sebagai berikut:

- a) Pengunjung destinasi wisata BNS dengan rentang usia 17-30 tahun
- b) Pengunjung yang sudah mengunjungi BNS lebih dari sama dengan tiga kali

Kriteria tersebut dipilih bukan tanpa alasan, karena informan yang cocok untuk penelitian ini haruslah mereka yang masih berkecimpung atau terlibat dalam kegiatan yang tengah diteliti, mereka yang memiliki waktu yang memadai untuk dimintai informasi, dan mereka yang tidak

cenderung menyampaikan informasi melalui “kemasannya” sendiri (Sugiyono, 2017).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Ferdinand (2014), yaitu:

$$n = \text{Jumlah Indikator } X \text{ (5 sampai 10)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Penelitian ini terdapat 12 indikator, dan pilih angka 9 sebagai angka pengalinya, sehingga dapat ditentukan sampel penelitian sebanyak:

$$n = \text{Jumlah Indikator } X \text{ (5 sampai 10)}$$

$$n = 12 \times 9$$

$$n = 108$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 108 responden.

D. Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
Nilai (X) merupakan kombinasi dari kualitas, pelayanan, dan harga. Di mana nilai akan semakin meningkat seiring meningkatnya juga kualitas dan pelayanan suatu produk maupun jasa, dan nilai akan menurun ketika suatu	Kombinasi dari kualitas wahana, pelayanan yang diberikan, serta harga yang ditawarkan destinasi wisata BNS.	1. Nilai Pelayanan 2. Nilai Citra 3. Biaya 4. Nilai Psikologi (Kim, <i>et al</i> ; (2016) dan Eid (2013))

Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
harga menurun (Kotler, 2008)		
Kepuasan (Z) Kotler (2008) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya.	Respon pengunjung destinasi BNS setelah berkunjung dan bermain wahana di destinasi wisata BNS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian kinerja yang diharapkan pengunjung 2. Kualitas yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan 3. Pelayanan yang baik 4. Minat berkunjung kembali (Kim, <i>et al</i> ; (2016), Assegaff (2009), dan Hawkins dan Loney dalam Tjiptono (2004))
Loyalitas (Y) Menurut Lovelock, <i>et al</i> ; (2010) loyalitas merupakan ketersediaan konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa dalam jangka waktu yang lama dan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang terdekatnya.	Keputusan pengunjung destinasi wisata BNS untuk melakukan kunjungan kembali dan melakukan rekomendasi kepada orang lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan rekomendasi kepada orang lain 2. Tidak terpengaruh pesaing 3. Melakukan pembelian ulang 4. Membeli produk atau jasa lainnya dari perusahaan yang sama (Kim, <i>et al</i> ; (2016) dan Loreiro, <i>et al</i> ; (2013))

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data

sekunder. Dalam penelitian ini data primer dapat diperoleh melalui pengisian kuesioner pengunjung mengenai pengaruh nilai dan kepuasan terhadap loyalitas.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pengunjung dari dinas pariwisata Kota Batu.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui sumber yang sudah ada sebelumnya. Pengambilan data pengunjung BNS yang bersumber dari Badan Statistik Kota Batu.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2017). Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu dengan penyebaran secara *online* dan secara langsung di destinasi wisata BNS.

G. Teknik Pengukuran Data

1. Skala Likert

Pengukuran data yang sering digunakan dalam kuesioner merupakan skala Likert. Skala Likert berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Ragu-ragu atau Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

H. Teknik Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2017) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan maupun pernyataan yang ada pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur. Uji validitas pada penelitian ini digunakan analisis *Pearson Correlation*. Adapun dasar penentuan dalam uji validitas adalah:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- b. Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur instrumen dapat dikatakan *reliable* jika jawaban responden terhadap pertanyaan yaitu konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan

daftar pertanyaan ataupun pernyataan yang merupakan dimensi suatu alat variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$\tau_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

τ_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai alpha cronbach $\geq 0,6$ = reliabel
- b. Apabila nilai alpha cronbach $\leq 0,6$ = tidak reliabel

I. Teknik Analisis Data

1. Deskripsi Jawaban Responden

Untuk mendeskripsikan jawaban dari responden yang telah terkumpul, dapat menggunakan distribusi frekuensi pernyataan tertutup responden menggunakan kriteria interpretasi, dimana menggunakan skor 1 sampai 5, maka angka indeks yang digunakan dimulai dari 10 sampai 100 menggunakan Tiga Matriks (*Three-Box Method*). Adapun kriteria interpretasi angka indeks dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Kriteria Interpretasi Angka Indeks

No.	Nilai Indeks	Interpretasi
1.	10 sampai dengan 40	Rendah
2.	40,01 sampai dengan 70	Sedang
3.	70,01 sampai dengan 100	Tinggi

Sumber: Ferdinand, 2014

Untuk mendapatkan Nilai Indeks Variabel, dapat dilakukan dengan menjumlahkan nilai indeks per-indikator, dengan rumus:

$$\text{Nilai Indeks Variabel (NIV)} = (\text{Indeks Indikator 1}) + (\text{Indeks Indikator 2}).. \\ \dots + (\text{Indeks Indikator ke n}) / n.$$

Nilai Indeks dari indikator berasal dari perkalian antara skor penilaian responden (pernyataan tertutup), dikalikan dengan nilai persentase jumlah responden yang memilih setiap item pernyataan. Studi ini menggunakan rentang skor 1 sampai 5, skor 1 menggambarkan “Sangat Tidak Setuju” dan skor 5 mencerminkan “Sangat Setuju”, maka contoh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks Indikator (NII) I1} = \\ (\% \text{frekuensi I1.1} \times \text{skor 1}).....+ (\% \text{frekuensi I1.5} \times \text{skor 5})$$

Keterangan:

% frekuensi I1.1 = Presentase responden yang memilih skor 1 pada indikator 1.

% frekuensi I1.5 = Presentase responden yang memilih skor 5 pada indikator 1.

Skor jawaban = 1 sampai dengan 5.

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018), dalam melakukan analisis regresi harus menggunakan uji asumsi klasik untuk memperoleh suatu hasil analisis data yang sesuai dengan syarat pengujian. Jika uji asumsi klasik memberikan hasil valid maka analisis regresi linier berganda dapat dilakukan. Sedangkan uji asumsi klasik terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data akan dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Pengujian yang dapat menunjukkan data normal yang diperoleh apabila nilai signifikansinya adalah $> 0,05$.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan-pengamatan yang lain. Agar data yang diperoleh bersifat homogen, Kriteria yang digunakan untuk mengetahui heterokedastisitas atau homokedastisitas adalah apabila ρ hitung lebih kecil dari ρ tabel, atau signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka terjadi heterokedastisitas.

3. *Path Analysis*

Ghozali (2018) menyatakan bahwa analisis jalur (*Path Analysis*) merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda. Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Model yang digunakan dalam analisis jalur, yaitu:

$$Z = \alpha + \beta X$$

$$Y = \alpha + \beta_{YX}X + \beta_{YZ}Z$$

Keterangan :

X = Nilai yang diterima pengunjung

Y = Loyalitas

Z = Kepuasan pengunjung

4. Uji Hipotesis

a. Uji-t

Menurut Ghozali (2018), Uji t atau dapat dijabarkan menjadi uji signifikan parameter individual adalah pengujian yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini, variabel nilai yang diterima pengunjung berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pengunjung. Uji-t ini digunakan untuk menguji hipotesa yang ada pada penelitian ini. Pada penelitian ini uji-t yang digunakan adalah *Two tailed* atau sering disebut uji dua arah atau uji dua sisi. Kunci

dalam menentukan penggunaan uji dua arah yaitu dalam perumusan hipotesis tidak disebutkan arahnya. Untuk kriteria yang digunakan sebagai berikut :

- a. Apabila probabilitas signifikansi (Sig.) > 0,05 maka variabel independen tersebut tidak signifikan terhadap variabel dependen.
 - b. Apabila probabilitas signifikansi (Sig.) < 0,05 maka variabel independen tersebut signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Uji Mediasi

Analisis regresi variabel mediasi dengan metode *product of coefficient* yang dikembangkan oleh sobel. Oleh karena itu, uji ini sering disebut dengan uji sobel. Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y lewat Z (Ghozali, 2018). Uji variabel mediasi dengan metode ini dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel Nilai (X) terhadap variabel terikat Loyalitas (Y) melalui variabel mediasi Kepuasan Pengunjung (Z) atau menguji signifikansi pengaruh tidak langsung variabel mediator terhadap variabel dependen menjadi (ab) dengan *standart error* yang akan menghasilkan nilai t statistik. Untuk menghitung *standart error* ab, digunakan rumus sebagai berikut :

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Di mana :

a : Koefisien regresi Nilai – Kepuasan Pengunjung
(XZ)

b : Koefisien regresi Kepuasan Pengunjung – Loyalitas
(Z-Y)

Sa : *Standart error* Nilai – Loyalitas (X-Y)

Sb : *Standart error* Kepuasan Pengunjung – Loyalitas
(Z-Y)

Sedangkan nilai t koefisien ab adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Analisis regresi mediasi dengan metode *product of coefficient* dilakukan dengan menempuh langkah sebagai berikut:

1. Membuat persamaan regresi variabel Nilai (X) terhadap variabel Kepuasan pengunjung (Z), dan dapatkan nilai koefisien regresi (a) dan *standart error* koefisien regresi (sb).
2. Membuat persamaan regresi variabel Nilai (X) terhadap variabel Loyalitas (Y) dengan memasukkan variabel Kepuasan pengunjung (Z) dalam persamaan, dan dapatkan nilai koefisien (b) dan *standart error* koefisien regresi (sb).

Kesimpulannya adalah dengan kriteria jika t hitung > t tabel, maka variabel yang dihipotesiskan sebagai

variabel mediasi dinyatakan memediasi hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung yaitu loyalitas pengunjung.

